

Analisis Strategi Pemasaran RS Hermina Kemayoran

Yulisar, Christy Elaine

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=130230&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK Rumah Sakit Hermina Kemayoran merupakan rumah sakit baru yang dibangun pada tahun 2016 dan merupakan bagian dari Hermina Hospital Group yang saat ini merubah status dari rumah sakit ibu dan anak menjadi rumah sakit umum. Gedung yang baru, lokasi, status yang baru memerlukan strategi pemasaran untuk merubah image masyarakat dan memasarkan rumah sakit sebagai Rumah Sakit Umum Hermina Kemayoran. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif analitik dengan menggunakan data sekunder berupa data kunjungan pasien dari Januari – Maret 2018 dan observasi fasilitas kesehatan yang ada untuk menganalisa karakteristik pasien dan kebutuhan pasien untuk sebagai riset pasar untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas pasien merupakan perempuan dan anak usia 4-15 tahun dan tingginya angka batal berobat. Dari hasil ini, telah ditetapkan strategi pemasaran yang berorientasi untuk menarik konsumen yang lebih bervariasi dan dapat bersaing dengan kompetitor. Evaluasi kepuasan pasien dan keluhan pasien dilakukan untuk umpan balik pelayanan kesehatan. Kata kunci: strategi pemasaran, riset pasar, RS Hermina Kemayoran

ABSTRACT Hermina Kemayoran Hospital is a new hospital built in 2016 and is a part of Hermina Hospital Group, a hospital group that has changed its status from a mother and child hospital to a general hospital. A new hospital, location, and status needs a marketing strategy to change the public's perception and to market this new hospital as a general hospital. This research uses the analytical descriptive quantitative method using secondary data and observation of available facilities in the hospital to analyse patient characteristics and needs as a form of market research to formulate a marketing strategy for this hospital. The results show that most patients were 4-15 years old children and women with a high number of patients cancelling. From this result, the marketing strategy is oriented to attract more variations of costumers and to compete with the competitors. Evaluation of patients's satisfaction level and complaints should be done for hospital services feedback. Key words: marketing strategy, market research, Hermina Kemayoran Hospital